

doch oft so ganz allein, was hab' ich nur getan?"

Wie und ob die neuen Kinderlieder unters Jungvolk gebracht werden können, ist noch nicht klar. Sicher ist nur, daß die ausgewählten Weisen als Singbuch, Platten-Doppelalbum und MusiCassette zugunsten der Unicef verkauft werden — „weltweit“.

## TOURISTIK

### Zur Trägheit verführt

**Ein neues Buchungssystem, das vor allem der Lufthansa zugute kommt, verärgert Konkurrenten und Reisebüros.**

Zuviel ist zuviel: Nirgends auf der Welt, empörte sich Herbert Culmann, Chef der Deutschen Lufthansa, müsse man „andere an seinen guten Ideen beteiligen“.

Es waren ausländische Fluggesellschaften, die den Lufthansa-Chef mit einem so dreisten Ansinnen erregten. Bekannte Luftlinien wie die niederländische KLM, Singapore Airlines oder Braniff aus den USA verlangen nämlich, an Culmanns guter Idee — dem Computer-Buchungssystem „Start“ — beteiligt zu werden.

Dabei sind bislang neben der Luft-hansa nur die Deutsche Bundesbahn, die Touristik Union International (TUI) sowie die Reisebüro-Ketten DER, Amtliches Bayerisches Reisebüro (ABR) und Hapag-Lloyd. Der Computer-Service, fürchten die Draußenstehenden, wird den Teilnehmern einen Wettbewerbsvorsprung verschaffen, der mit herkömmlichen Mitteln nicht aufzuholen ist.

Die „Start“-Vorteile sind in der Tat beeindruckend. Jedes mit dem System verbundene Reisebüro kann über ein Computer-Terminal in Sekunden-schnelle das gesamte Reiseangebot der „Start“-Gesellschafter abrufen und buchen.

Will zum Beispiel ein Kunde nach London, so genügen wenige Tasten-drucke am Computer-Terminal: Auf dem Bildschirm erscheint der günstigste Flug oder die beste Bahn- und Fährverbindung.

Nach der Anlaufphase soll der Computer noch Erstaunlicheres leisten. Ein an den Bildschirm angeschlossenes Gerät wird gleichzeitig mit der Buchung die Flugtickets, Fahrkarten und andere Reiseunterlagen drucken und auswerfen.

Allerdings hat auch der elektronische Alleskönner die Schwäche, die alle seine Kollegen haben: Er speichert allein die Daten, mit denen er gefüttert wird. Und gefüttert wird er natürlich nur mit dem Reiseangebot der „Start“-Gesellschafter.

Da werden, meinen die ausgeschlossenen Auslands-Konkurrenten der

Lufthansa, die Angestellten in den Reisebüros zur Trägheit verführt. Sie würden in Zukunft nur noch die per Tastendruck abrufbaren Flüge der Lufthansa verkaufen, ehe sie in Flugplänen anderer Gesellschaften blättern.

KLM, Braniff und andere haben sich inzwischen hilfeschend an das Bundeskartellamt gewandt; sie wollen durchsetzen, daß auch ihre Flüge in den „Start“-Computer eingespeist werden. Das größere Angebot, erklärten sie den Kartellbeamten, liege auch im Interesse des Verbrauchers.

So seien zum Beispiel für die Direktverbindung Frankfurt — New York nur die 14 wöchentlichen Lufthansa-

kaum beeindrucken. Auf der Nordatlantik-Route, redet sich Culmann heraus, seien die Flüge der Ausländer nur deswegen nicht in dem Computer gespeichert, weil es hier keinen gemeinsamen Pool mit den Ausländern gebe.

Für die meisten internationalen Routen hat die Lufthansa mit den Ausländern ein derartiges Abkommen geschlossen: Die Partner bedienen eine bestimmte Strecke gemeinsam und teilen die Einnahmen. Und die Flüge dieser Pool-Partner werden in der Tat im „Start“-Partner gespeichert. Für die Strecke Frankfurt — London etwa werden British-Airways-Flüge genauso angezeigt wie Lufthansa-Flüge.

Aber auch auf den Routen, auf denen das Angebot der ausländischen Fluggesellschaften nicht vom „Start“-Computer vermittelt wird, sehen die Lufthanseseiten keine Wettbewerbsbeschränkung. Es sei den Reisebüros ja unbenommen, meint ungerührt Lufthansa-Vorstand Culmann, die Flüge der Konkurrenten anzubieten.

Die Reisebüros sind da, was ihren eigenen Service angeht, skeptisch. Irgendwann, prophezeite ein Reise-agent auf einer Versammlung der an das „Start“-System angeschlossenen Büros, würden die Angestellten ihre Buchungsterminals „lieben“ und sie „entsprechend oft benutzen“. Eine Aufteilung des Buchungsvolumens wie bisher sei deshalb „Theorie“.

Diese Aussichten schrecken auch die Reisebüros selbst. Sie fürchten nämlich, daß

die Ausländer dann eigene Vertriebssysteme aufbauen und ihre Flüge an den Reisebüros vorbei verkaufen könnten.

Wie sich Geschäfte außerhalb des exklusiven „Start“-Klubs machen lassen, wird sich vielleicht schon sehr bald zeigen. Die Deutsche Bundespost — wie die Lufthansa ein Staatsmonopol — möchte ab Mitte nächsten Jahres in Düsseldorf testen, ob Bahn- und Flugreisen per Bildschirmtext zu verkaufen sind.

Und da wird dem Kunden die Buchung noch leichter gemacht: Das Angebot erscheint auf dem Fernsehschirm im Wohnzimmer und kann per Telefon vom Sessel aus geordert werden. ◆



„Start“-Computer im Reisebüro: Schwäche im System

Flüge im Computer gespeichert. Die 33 Flüge der anderen Gesellschaften seien überhaupt nicht erfaßt. Dem arglosen Kunden würde verschwiegen, daß mehr Wege über den Atlantik führen, als der Computer kenne.

Noch schlechter weiß das Gerät bei Umsteigeverbindungen Bescheid. So kann es zum Beispiel für einen Passagier aus Stuttgart günstiger sein, mit Swissair über Zürich nach New York zu fliegen als mit Lufthansa über Frankfurt. Dasselbe gilt für Umsteigeverbindungen über London, Amsterdam oder Paris.

Doch die Lufthansa läßt sich von den Argumenten ihrer Konkurrenten